

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA AKSINDO
KABUPATEN KAMPAR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam
Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*

Oleh

YULIANA
NIM. 10571001927



JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1430H/2009 M

ABSTRAK

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aksindo Kabupaten Kampar

Oleh : Yuliana

Kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi setiap jenis usaha terutama usaha yang menawarkan jasa dimana tidak ada produksi riil yang diperjual belikan secara langsung sebagai pemuas kebutuhan sebagaimana dalam usaha jenis lain yang menawarkan benda sebagai pemuasan kebutuhan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Jumlah sampel yang penulis ambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan metode sensus dimana metode sampel yang diambil keseluruhan dari populasi penelitian.

Aksindo merupakan Asosiasi Kontraktor Konstruksi Indonesia sebagai organisasi yang menaungi para pelaku usaha jasa konstruksi. Aksindo bersifat nasional mandiri dan terbuka untuk mewadahi dan membina pengusaha atau perusahaan yang bergerak dibidang jasa konstruksi, yang dalam melakukan kegiatannya tidak mencari keuntungan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah diduga bahwa kualitas pelayanan jasa pada Aksindo mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini jenis sumber data yang digunakan berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah bersifat primer yang dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner terhadap 100 orang konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar. Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan model Analisis Regresi Linier Berganda yaitu $Y = 0,039 + 0,830X_1 + 0,224X_2 + 0,152X_3 + 0,412X_4 + 0,159X_5 + e$. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SPSS Windows secara parsial diperoleh hasil bahwa (faktor bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan perhatian individu) berpengaruh signifikan (memiliki hubungan yang sangat erat) terhadap kepuasan konsumen Askindo Kabupaten Kampar. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,828. Nilai R ini menunjukkan adanya hubungan linear positif antara variabel bebas bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Y.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Sistematika Penulisan	5
BAB II : TELAAH PUSTAKA	7
A. Kajian Pustaka	7
B. Landasan Teori	8
C. Kepuasan Konsumen Dalam Jual Beli Menurut Ajaran Islam	25
D. Hipotesis	26
E. Variabel Penelitian	27

BAB III : METODE PENELITIAN	28
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
B. Jenis dan Sumber Data	28
C. Teknik Pengumpulan Data	28
D. Populasi dan Sampel	29
E. Analisa Data	29
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	34
A. Sejarah Singkat Perusahaan	34
B. Struktur Organisasi.....	35
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
C. Uji Normalitas	63
D. Uji Asumsi Klasik.....	64
E. Regresi Linear Berganda.....	65
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat yang berarti bagi perusahaan yaitu hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis dan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan untuk pembelian ulang sehingga terciptanya loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut terhadap suatu barang atau jasa yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi setiap jenis usaha terutama usaha yang menawarkan jasa dimana tidak ada produksi riil yang diperjual belikan secara langsung sebagai pemuas kebutuhan sebagaimana dalam usaha jenis lain yang menawarkan benda sebagai pemuasan kebutuhan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki oleh pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Kualitas jasa yang baik adalah jasa yang diberikan pelanggan lebih baik atau lebih tinggi kualitasnya dibandingkan pesaingnya. Cara mencapainya adalah dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan oleh para pelanggan.

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan dituntut tidak hanya memperhatikan kepuasan pelanggan namun juga mencermati ketatnya persaingan. Pada saat ini semakin banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama. Hal ini tidak terkecuali dalam bidang usaha jasa konstruksi seperti AKSINDO.

Salah satu bidang jasa usaha konstruksi yang cukup terkenal di Kabupaten Kampar adalah AKSINDO. Organisasi ini bernama Asosiasi Kontraktor Konstruksi Indonesia disingkat dengan AKSINDO. Organisasi ini ditingkat Nasional berkedudukan di Ibukota Republik Indonesia, ditingkat Propinsi berkedudukan di Ibukota Propinsi yang bersangkutan, dan ditingkat Kabupaten atau Kota berkedudukan di Ibukota Kabupaten atau Kota setempat

Oleh sebab itu pihak manajemen AKSINDO memberikan pelayanan yang baik kepada anggota, pengusaha atau konsumennya. Pelayanan jasa Konstruksi AKSINDO ini tidak terlepas dari peranan karyawan dalam melayani dengan baik sesama anggota, pemerintah serta lembaga yang berkaitan dengan bidang usaha jasa konstruksi ini.

Untuk itu segi pelayanan jasa konstruksi AKSINDO ini menerapkan suatu falsafah bagi karyawan yang harus selalu diterapkan dalam usaha menjamin kepuasan pelanggan, yaitu : sabar, sopan, dan ramah. Hal ini selalu diwujudkan oleh karyawan dimana konsumen bertahan lama, tetap eksis, dan mampu bersaing dengan jasa konstruksi yang lain.

Adapun jasa yang diberikan oleh Jasa Konstruksi AKSINDO adalah: Melayani konsumen dalam pembuatan SBU (Sertifikat Badan Usaha), Pengurusan Pajak, Pembuatan SITU (Surat Izin Tempat Usaha), SIUP (Surat Izin

Usaha Perdagangan, IUJK (Izin Usaha Jasa Konstruksi), SKTT (Surat Keterampilan Tenaga Teknik), TDP (Tanda Daftar Perusahaan).

Tabel 1.1 : Data Jumlah Perusahaan Pada BPK AKSINDO Kampar Tahun 2004-2008

Tahun	Kualifikasi	Jumlah Perusahaan
2004	G2,G3,G4,G5	70
2005	G2,G3,G4,G5	87
2006	G2,G3,G4,G5	80
2007	G2,G3,G4,G5	97
2008	G2,G3,G4,G5	100

Sumber : AKSINDO Kabupaten Kampar

Bedasarkan tabel di atas terlihat jumlah perusahaan dari tahun 2004 sebanyak 70 perusahaan, pada tahun 2005 terdapat kenaikan 17 sehingga menjadi 87 perusahaan, sedangkan tahun 2006 terdapat penurunan 7 sehingga menjadi 80, perusahaan, sedangkan pada tahun 2007 terdapat kenaikan lagi 17 sehingga menjadi 97 perusahaan, dan pada tahun 2008 terdapat kenaikan menjadi 3 sehingga menjadi 100 perusahaan.

Dengan kualitas pelayanan yang diberikan AKSINDO Kabupaten Kampar dari tahun 2004 sampai 2008 terjadi penurunan dan kenaikan. Ini sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup Asosiasi ini. Untuk itu Konstruksi AKSINDO ini harus memperhatikan seberapa besar pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga memberikan kepuasan yang maksimum. sendirinya menyangkut dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Dari uraian jasa yang diberikan jasa Konstruksi AKSINDO, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, sehingga mampu memberikan persepsi yang baik kepada anggota atau konsumen dalam sebuah skripsi dengan judul :

“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AKSINDO KABUPATEN KAMPAR”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan jasa AKSINDO Kabupaten Kampar.
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan jasa AKSINDO Kabupaten Kampar.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan jasa AKSINDO Kabupaten Kampar.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan jasa AKSINDO Kabupaten Kampar.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi pihak Asosiasi dalam rangka meningkatkan jasa pelayanan guna mencapai kepuasan konsumen.
2. Untuk menambah dan memperdalam pengetahuan penulis serta mengaplikasikan atau menerapkan ilmu selama kuliah.
3. Sebagai sumber informasi bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti pada masalah yang sama.
4. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana SI pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi di UIN SUSKA Pekanbaru.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan pengertian dari penulisan ini, penulis membagi kedalam enam bab, kerangka sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian yaitu pengertian konsumen, kepuasan konsumen, pelayanan, pengertian jasa, kualitas jasa. Sedangkan pada bagian akhir dikemukakan suatu hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur perusahaan, aktivitas dan kegiatan perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang dilakukan dari variabel-variabel yang ada, pengujian hipotesis berdasarkan variabel-variabel tersebut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

Penelitian yang sama dilakukan oleh R.Rina Apriana. (2008) pada Rumah Bersalin Bunda Puja Tembilahan. Adalah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan Kesehatan khususnya bersalin. Secara deskripif untuk melihat bagaimana harapan responden tentang kualitas pelayanan pada rumah bersalin Bunda Puja Tembilahan dapat dilihat bahwa tingkat harapan responden dalam hal ini diidentifikasi dengan tingkat kepentingan responden. Dengan demikian tingkat kepentingan yang tinggi berarti bahwa responden tersebut memiliki harapan yang besar terhadap kualitas pelayanan pada rumah bersalin Bunda Puja Tembilahan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Yuli Adriadi (2008). Pada Hotel Pangeran Pekanbaru. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen pada hotel pangeran pekanbaru. Populasi dalam peneitian ini adalah konsumen yang memakai jasa pada hotel pangeran Pekanbaru. Dalam menganalisis data yang dikumpulkan menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif kemudin dari hasil penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode linear sederhana.

Begitu juga penelitian yang sama dilakukan oleh Lindawati (2008). pada Rumah Sakit Umum Bagansiapiapi. Menjelaskan tentang kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor-faktor kualitas pelayanan jasa

meliputi bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Resvonsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Perhatian Individual (*Empathy*).

B. Landasan Teori

1. Pengertian Konsumen

Konsumen atau pelanggan merupakan faktor yang menentukan terhadap perhubungan suatu perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa salah satu keberhasilan perusahaan adalah apabila perusahaan itu dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen sehingga konsumen atau pelanggan merasa puas. (**Sutisna, 2001: 99**)

Kata konsumen atau pelanggan adalah istilah yang sangat dalam dunia bisnis Indonesia mulai dari pedagang kecil hingga besar, dari industri rumah tangga sampai industri berkala internasional, dari perusahaan produksi hingga jasa sangat mengerti apa kata pelanggan. (**Yamit, 2001:74**)

Konsumen ialah pemakai barang-barang dan jasa atau orang yang melakukan pembelian secara berulang kali. Berdasarkan pelanggan atau konsumen ini, maka perusahaan didalam memasarkan produk yang dihasilkan dikelompokkan atas 5 (lima) jenis pasar konsumen yaitu:

1. Pasar Konsumen

Pada pasar ini perseorangan dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

2. Pasar produsen

Orang yang membeli barang dan jasa untuk proses produksi yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan apapun guna mencapai sasaran lainnya.

3. Pasar *Reseller*

Organisasi yang membeli barang atau jasa untuk dijual kembali dengan mendapatkan laba.

4. Pasar Pemerintah

Badan badan pemerintah membeli barang dan jasa untuk memproduksi pelayanan umum untuk memindahkan barang dan jasa kepada orang lain yang dibutuhkan.

5. Pasar Internasional

Pembeli atau pemakai barang dari luar negeri termasuk konsumen, produsen, *reseller* dan pemerintahan asing.

Telah diungkapkan bahwa pelanggan adalah para pembeli barang atau jasa berulang kali, maka hendaknya perusahaan meningkatkan jumlah pelanggan pada masa yang akan datang. Pernyataan ini sesuai dengan tujuan bisnis yaitu menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

2. Pengertian Kepuasan Konsumen

Didalam menjalankan suatu bisnis, kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*), mutlak menjadi perhatian yang utama. Sebab dari konsumenlah akan diketahui baik dan buruknya kualitas produk yang dihasilkan dari bisnis yang dijalankan.

Dalam membeli suatu barang dan jasa, konsumen dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka terlebih dahulu. Bila pelanggan mendapat nilai yang terbaik dari pembelian terdahulu maka pelanggan tersebut akan membeli kembali dan artinya pelanggan puas, namun apabila nilainya kurang baik maka

kemungkinan pembelian tidak akan berlanjut lagi atau dengan kata lain pelanggan tidak puas. Konsumen merupakan orang yang menggunakan suatu produk atau jasa, sedangkan pelanggan merupakan orang yang berkali-kali atau bahkan sering menggunakan suatu produk atau jasa.

Dari keterangan diatas dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen besar pengaruhnya dalam kelangsungan hidup serta pencapaian tujuan perusahaan. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa . Oleh karena itu dalam hal ini pelanggan berperan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan perbandingan atas kinerja produk atas jasa yang diterima yang diharapkan. **(Kotler, 2000 : 52)**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya **(Tjiptono, 2001:147)**

(Consumer Satisfaction) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya **(John C. Mowen dan Michael Minor, 2002 : 89)**

Untuk menelusuri dan mengukur berapa tinggi kepuasan pelanggan terhadap jasa yang telah diberikan, setiap perusahaan dapat mempergunakan beberapa metode berikut : **(Gerson, 2002 : 30)**

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan menyederhanakan pelanggan dan menyampaikan saran dengan menggunakan kotak saran menyediakan saluran telepon khusus bagi pelanggan.

2. Survei Kepuasan Pelanggan.

Melalui survei ini diharapkan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda atau signal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

3. *Ghost shopping* atau Pembelanjaan Siluman

Metode ini dilakukan dengan menyewa orang untuk berpura-pura sebagai pembeli guna melaporkan pengalaman mereka membeli produk perusahaan atau produk pesaing.

4. *Lost costumer analysis* atau analisis pelanggan yang hilang

Perusahaan harus melakukan kontak dengan pelanggan yang berhenti membeli, atau yang beralih pesaing. Untuk mempelajari apa yang menyebabkan kegagalannya. Hal ini penting untuk mengetahui apakah perusahaan gagal dalam memuaskan pelanggannya.

Richard F. Gerson, Ph.D dalam bukunya “ mengukur kepuasan pelanggan” manfaat pengukuran mutu dan kepuasan pelanggan bisa diringkas dalam lima butir sebagai berikut : **(Gerson, 2002 : 3)**.

1. Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi yang kemudian diterjemahkan menjadi pelayanan yang prima kepada pelanggan.
2. Pengukuran bisa dijadikan dasar menentukan standar kinerja prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan mereka menuju mutu yang semakin baik kepuasan pelanggan yang meningkat.
3. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang memberi pelayanan.
4. Pengukuran memberi tahu apa yang harus dilakukan, untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan serta bagaimana harus melakukannya, informasi ini juga datang dari pelanggan.
5. Pengukuran motivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain.

(Lupiyoadi, 2001 : 145)

1. Persepsi konsumen
2. Produk atau Jasa
3. Proses

Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas. Untuk jasa produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat menyumbang pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan dan profitabilitas organisasi.

Filosofi manajemen merupakan kekuatan dasar untuk mewujudkan desain dengan standar kepuasan pelanggan. Filosofi manajemen tersebut mencakup hal sebagai berikut : **(Yamit, 2001 : 82)**

1. Menyadari bahwa kepuasan konsumen merupakan kunci sukses
2. Memperdayakan staf organisasi
3. Anggota organisasi bertindak sebagai pelayanan
4. Menyadari bahwa konsumen selalu benar

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya setelah kegiatan penjualan dan nilai-nilai perusahaan. Faktor tersebut adalah : **(Awaludin, 2007 : 16)**

1. Produk

Pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitasnya baik. Kualitas produk ini adalah yang global dan memiliki dimensi yaitu *performance, durability, feature, reability, consistency, dan design*.

2. Kualitas pelayanan (*service quality*)

Kualitas pelayanan ini bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memang kontribusi terbesar. Salah satu konsep

service quality yang populer adalah *servqual*. Berdasarkan konsep ini *service quality* mempunyai 5 (dimensi) yaitu *realbility*, *resvonsiveness*, *assurance*, *empaty*, dan *tangible*.

3. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah kepuasan yang penting, karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Komponen harga relatif tidak penting bagi mereka yang sensitif terhadap harga.

4. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan merasa semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam pelayanan yaitu untuk mendapatkan jasa tersebut. Dari faktor diatas, menurut penulis yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan.

Namun demikian ada beberapa indikator yang sering dijadikan sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan ketika sedang melakukan transaksi. Ketika melakukan transaksi, konsumen pasti memiliki keinginan yang terpendam apabila keinginan dapat dibaca dan disuguhkan oleh produsen maka disanalah kepuasan konsumen akan tercapai.
- b. Pengalaman masa lalu ketika melakukan transaksi dengan para pesaing, kualitas pelayanan yang baik dari suatu produsen pada umumnya akan membekas pada seseorang. Apabila pelayanan yang diberikan dibawah

kualitas yang diberikan oleh pesaing, maka konsumen biasanya akan kecewa dan apabila pelayanan yang diberikan lebih berkualitas dari pesaing maka konsumen akan memperoleh pengalaman baru.

- c. Pengalaman dari teman apabila seseorang menceritakan sesuatu pengalaman yang menyenangkan maka seseorang konsumen akan memperoleh pengalaman yang sama, tapi apabila pelayanan yang diterimanya lebih buruk dari pengalaman yang diterima temannya. Maka sangat berpotensi menimbulkan kekecewaan pada diri konsumen.

3. Pengertian Pelayanan

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya.

Pelayanan adalah suatu aktifitas ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, kebutuhan-kebutuhan psikologis yang diperlukan oleh seseorang **(Sulastiyono, 1999 : 14)**

Pelayanan adalah kunci keberhasilan bagi berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. **(Moenir, 2000 : 26)**

Pelayanan adalah tindakan dari suatu pihak kepihak lain dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain dalam pembelian produk **(Sistaningrum, 2002 : 45)**

Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi yang menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani

dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri (**Supriyono, 1999 : 47**)

Dalam melakukan pelayanan diperlakukan strategi pelayanan, yaitu :

1. Pelayanan Materi

Produk harus dapat diandalkan dan dapat melakukan apa yang dispesifikasikan untuk dilakukan, lingkungan harus mencerminkan mutu organisasi berjalan meliputi : Distribusi, penjadwalan, kerja akuntansi dan komputer .

2. Pelayanan Pribadi

Penyatuan dan ahli karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan staf yang mempunyai hubungan langsung dengan pelanggan.

Sehubungan dengan peran pelayanan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam service *excellence* yaitu pelayanan yang unggul. Yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. (**Tjiptono, 2001 : 58**)

Secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep ini

1. Kecepatan

Suatu kondisi dimana para penyedia jasa cakap dan tidak ragu-ragu daam melayani pengguna jasa. Dalam hal ini pemberi jasa tahu apa yang harus dilakukan.

2. Ketepatan.

Suatu pelayanan dikatakan tepat waktu apabila jangka waktu pelayanan oleh pemberi jasa sesuai atau tepat dengan jangka waktu yang dijanjikan ke pelanggan.

3. Keramahan

Keramahan adalah suatu keadaan dimana pengguna jasa merasa puas atas diperlakukan dengan baik, sopan santun dan penuh perhatian oleh pemberi jasa

4. Kenyamanan

Kenyamanan adalah suatu keadaan dimana pengguna jasa merasa puas atas kondisi fasilitas yang diberikan seperti tempat yang bersih, kondisi peralatan baru dan lain.

Excellence bagi pelanggan, karyawan dan perusahaan adalah:

1. Memuaskan pelanggan sehingga

- a. Bagi pelanggan kebutuhannya terpenuhi
- b. Bagi karyawan akan lebih percaya diri
- c. Bagi perusahaan akan terkesan profesional

2. Meningkatkan loyalitas pelanggan

- a. Bagi pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik
- b. Bagi karyawan menjadi kepuasan pribadi
- c. Bagi perusahaan kelangsungan usaha perusahaan terjamin

3. Meningkatkan penjualan produk dan jasa

- a. Bagi pelanggan merasa dipercaya sebagai mitra bisnis

- b. Bagi karyawan akan menambahkan ketenangan kerja
 - c. Bagi perusahaan mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan perusahaan
4. Meningkatkan pendapatan perusahaan
- a. Bagi pelanggan merasa menemukan perusahaan yang profesional.
 - b. Bagi karyawan memupuk semangat untuk meniti karir.
 - c. Bagi perusahaan mendorong kemungkinan ekspansi dan meningkatkan laba perusahaan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan terdapat persaingan dalam usaha merebut pasar atau pelanggan. Layanan haruslah aktif dan dinamis. Dalam layanan pada dasarnya konsumenlah yang menjadi sasaran baik secara perorangan maupun kelompok dalam bentuk badan atau organisasi. Dengan menyadari aktifitas yang harus ditangani manajemen. Maka akan dapat diharapkan ada dinamika dalam proses manajemen. **(Moenir, 2000:163)**

Secara umum pelayanan ada 3 macam yaitu :

- a. Pelayanan dengan lisan
- b. Pelayanan dengan tulisan
- c. Pelayanan dengan perbuatan

Bagi perusahaan yang menghasilkan jasa, pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat penting karena:

- a. Konsumen merupakan sumber pendapatan

b. Semakin banyaknya saingan, perusahaan semakin meningkatkan pelayanan dalam memuaskan konsumen

c. Masyarakat semakin maju dan semakin tahu hak-haknya untuk dilayani

Kegagalan dalam menyediakan pelayanan yang diinginkan dapat mengakibatkan munculnya keluhan-keluhan dari pelanggan akan mengakibatkan perusahaan kehilangan pelanggan.

4. Jasa

Di Indonesia perkembangan sektor jasa berkembang dengan pesat. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya persentase sektor jasa. Dalam kehidupan sehari-hari kita selalu berhubungan yang namanya jasa.

Sofyan Assauri mengemukakan pengertian jasa adalah satu kegiatan atau prestasi dan satu kelompok yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, yang dapat dimiliki dan dibeli oleh konsumen adalah manfaat yang diberikan kepuasan kepada konsumen tersebut (**Assauri, 2000 : 33**)

Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk yang dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud (**Alma, 2004 : 243**)

Jasa adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* atau tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan suatu produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. (**Tjiptono, 2001 : 6**)

Buddy Ibrahim menjelaskan mengenai alasan kinsmen menggunakan jasa, yaitu:

“Bahwa konsumen yang membeli sebuah produk atau jasa mempunyai harapan (*expectation*) yaitu apabila kinerja produk atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen bukan saja satu kali tapi berulang-ulang sehingga memberikan kepuasan maka persepsi konsumen tersebut adalah bahwa ia telah memperoleh produk atau jasa mempunyai kualitas” (Ibrahim, 2000 : 117)

Adapun karakteristik atau ciri-ciri jasa adalah sebagai berikut. (Tjiptono, 2001 : 10)

1. Tidak berwujud (*Intangibility*), yaitu : suatu perbuatan atau kinerja atau usaha yang hanya bisa dirasakan tidak bisa dimiliki, dilihat dan diraba.
2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*), yaitu : produk yang dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan di konsumsi secara bersamaan interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.
3. Bervariasi (*Variability*), yaitu : memiliki variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana saja jasa tersebut dihasilkan.
4. Mudah Lenyap (*Perishability*), yaitu : tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

5. Kualitas Pelayanan (Jasa)

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau bahkan meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada akhirnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Kualitas yang baik dan memuaskan juga dapat mengurangi biaya. Adanya pengurangan biaya ini pada gilirannya akan memberikan keunggulan kompetitif berupa peningkatan profitabilitas dan pertumbuhan. Secara singkat manfaat dari kualitas yang superior antara lain

1. Loyalitas pelanggan yang besar
2. Pangsa pasar yang lebih besar
3. Harga saham yang lebih tinggi
4. Harga jual yang lebih tinggi
5. Produktivitas yang lebih besar

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis sepertinya sudah menjadi sebuah harga yang harus dibayar oleh suatu perusahaan, agar dapat service dalam bisnisnya. Apabila dulu kualitas masih dapat menjadi senjata agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, namun kini hampir semua perusahaan-

perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas yang sama, tentu saja persoalan kualitas bukanlah satu-satunya senjata andalan dalam persaingan.

Setiap Konsumen atau Pelanggan mempunyai pilihan dalam jasa yang menurutnya lebih baik dari yang lain. Apalagi di Era Globalisasi ini, maka perlu dibangun suatu sistem kualitas modern ini diantara lain (**Gazpersz, 2002:95**)

1. Sistem kualitas berorientasi kepada pelanggan
2. Partisipasi yang dipimpin oleh manajemen puncak (*top management*)
3. Pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk kualitas
4. Berorientasi kepada tindakan pencegahan kerusakan
5. Filosofi yang menganggap bahwa kualitas adalah jalan hidup (*way of life*)

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan.

a). Menjaga Kualitas Jasa

Sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan. Jasa yang ditawarkan tersebut harus berada diatas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Apabila kualitas jasa yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang ia bayangkan maka ia cenderung akan mencobanya kembali, akan tetapi apabila kualitas jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa dan akan menyvetop hubungannya dengan perusahaan jasa yang bersangkutan

Parsuraman, Zeithaml dan Barry dalam buku Philip Kotler mengungkapkan hal-hal yang dapat menimbulkan kegagalan penjualan jasa, dan penyebabnya, yaitu:

1. Kesenjangan harapan konsumen dengan persepsi manajemen, hal ini timbul karena manajemen tidak selalu puas, tidak mengetahui sepenuhnya apa keinginan konsumen. Misalnya orang ke bengkel, tidak saja ingin mobilnya dirawat, diperbaiki dengan benar, tetapi jangan juga terlalu lambat, ingin cepat selesai, dan juga ingin mendapatkan petunjuk tentang pemeliharaan mobil.
2. Kesenjangan persepsi manajemen dengan kualitas jasa. Hal ini disebabkan mungkin manajemen sudah mengetahui konsumen, tetapi manajemen tidak sanggup dan tidak sepenuhnya melayani keinginan konsumen tersebut.
3. Kesenjangan kualitas jasa dengan penyampaian jasa .mungkin kualitas jasa menurut spesifikasinya sudah baik, tapi karena karyawan yang melayani, kurang terlatih, masih baru, dan kaku. Jadi cara penyampainnya kurang baik, tidak sempurna. Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal. Hal ini terjadi akibat perbedaan antara jasa yang diberikan dan janji-janji yang diobral dalam iklan, brosur, dsb. Ternyata jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan.
4. Kesenjangan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Ini adalah masalah kebanyakan terjadi yaitu jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang dibayangkan. **(Alma, 2004 : 282)**

b) Dimensi Kualitas Jasa

Parasuraman, Zeithamal dan Berry melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis industri jasa. Sebelum mengelompokkan kedalam lima dimensi, ketiga peneliti ini berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor yang dinilai konsumen dan merupakan faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu : *access, communication, competence, courtesy, credibility, reability, responsiveness, security, understanding, dan tangible.*

Akhirnya Parasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi tersebut adalah **(Jasfar 2002 : 68)**

1. *Reability* (kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat(*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama

memberikan jasa secara tepat waktu (*On time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

Adapun atribut-atribut yang berada dalam dimensi ini antara lain adalah :

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji
- b. Bertanggung jawab tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan
- c. Memberi pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen
- d. Memberikan pelayanan tepat waktu
- e. Memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan

2. *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Memberikan pelayanan yang cepat
- b. Kerelaan untuk membantu atau menolong konsumen
- c. Siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para konsumen

3. *Assurance* (Jaminan)

Meliputi pengetahuan ,kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Karyawan yang memberi jaminan yang berupa kepercayaan diri kepada konsumen
- b. Membuat konsumen merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan
- c. Karyawan yang sopan
- d. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab dari konsumen

4. *Emphaty* (empati)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Memberikan perhatian individu kepada konsumen
- b. Karyawan yang mengerti keinginan dari konsumennya

5. *Tangibles* (produk-produk fisik)

tersedianya fasilitas fisik , perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Peralatan yang modern
- b. Fasilitas yang menarik

C. Kepuasan Konsumen Dalam Jual Beli Menurut Ajaran Islam

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk memuaskan setiap keinginan atau harapan konsumennya, untuk mencapai ketahap kepuasan yang diharapkan dari konsumen, perusahaan harus memberikan pelayanan yang benar dan jujur terhadap keterangan-keterangan suatu produk yang yang dibutuhkan konsumen, agar konsumen tidak merasa kecewa setelah memilikinya, dan transaksi dalam pembelian harus berdasarkan suka sama suka, dan tidak ada yang merasa dirugikan, dan ini dapat dijelaskan dalam ayat berikut ini :

An-Nissa :29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Annisa:29)

Dari penjelasan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memuaskan konsumen didalam transaksi jual beli jangan sampai ada pihak yang merasa dirugikan atau konsumen merasa tidak suka setelah produk tersebut kita miliki, dan terangkanlah kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut, karena kepuasan akan datang dari hati dengan sendirinya.

Didalam memberikan kepuasan konsumen jika ada kesalahan atau penipuan dalam transaksi jual beli tersebut maka pihak perusahaan tidak akan mendapat berkah dari Allah S.W.T, sebagaimana dijelaskan dalam ayat berikut ini:

Al-Baqarah:16

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ
وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ ﴿١٦﴾

Artinya:

Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.

(Al-Baqarah:16)

Dari ayat diatas dapat juga dijelaskan jangan ada kesalahan terhadap keterangan yang diperoleh konsumen jika kita telah tahu produk tersebut cacat lalu kita tidak menjelaskan kepada konsumen tersebut, maka hasil yang diperoleh perusahaan tidak akan ada berkah baginya.

D. Hipotesis

Dari uraian dan penjelasan masalah yang ada dan didukung oleh landasan teoritis yang telah dikemukakan di atas, maka penulis mencoba mengemukakan suatu hipotesis sebagai berikut :

“Diduga bahwa kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada AKSINDO Kabupaten Kampar.”

E. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

- Bukti Fisik (X_1)
- Keandalan (X_2)
- Daya Tanggap (X_3)
- Jaminan (X_4)
- Empati (X_5)

3. Variabel Terikat (*Devendent Variable*) yaitu :

Kepuasan Konsumen (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian adalah dikantor AKSINDO Kabupaten Kampar, dilaksanakan dari bulan Maret 2009 sampai dengan selesai.

B. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian adalah :

- a. Data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari objek penelitian hasil quisioner jawaban dari responden penelitian yang terpilih.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Konstruksi AKSINDO Kabupaten Kampar atau pihak lain yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti sejarah singkat perusahaan, aktifitas perusahaan.

A. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Wawancara

Yaitu proses percakapan secara langsung dengan perusahaan atau karyawan

- b. Quisioner atau Daftar Pertanyaan

Yaitu tehnik ini dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada seluruh responden yang terpilih. Daftar pertanyaan yang disajikan telah disiapkan alternatif jawaban yang telah diarahkan, dan sesuaikan dengan pokok masalah dari tujuan penelitian.

B. Populasi dan Sampel

Dalam hal ini yang menjadi populasi adalah semua konsumen ataupun seluruh perusahaan yang memanfaatkan pelayanan jasa AKSINDO pada tahun 2008 yang berjumlah 100 Perusahaan.

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan kita ambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan menjadi responden dalam penelitian ini.

Jumlah sampel yang penulis ambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan metode sensus dimana metode sampel yang diambil keseluruhan dari populasi penelitian.

C. Analisis Data

Untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (*kuesioner*) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada *kuesioner* yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan (**Husein, 2008 : 54**). Suatu angket dikatakan *valid* (sah) jika pertanyaan pada

suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut.

Jika korelasi antara masing-masing indikator variabel terhadap total skor konstruk atau variabel menunjukkan hasil yang signifikan, hasil signifikan tersebut ditunjukkan dengan tanda bintang. Hal ini dapat dikatakan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Tanda bintang dua (**)

menunjukkan korelasi signifikan 0,01 sedangkan untuk tanda bintang satu (*) menunjukkan korelasi signifikan 0,05 (Ghozali, 2005 : 47).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan data sehingga dapat menghasilkan data yang memang benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda, pengujian ini menggunakan metode *alpha*. Pada uji reliabilitas sampel yang digunakan sebanyak 90 Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbachs Alpha* > 0.60. Nilai alpha yang digunakan sebagai indikator secara umum menggunakan batas 0,60. (Ghozali, 2007 : 42)

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. (Husein, 2008 : 79). Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kolmogorof-smirnof*, kriteria ujinya adalah jika setiap variabel menghasilkan K-S-Z dengan P value / sig. (2-Tailed) > 0,05 hal ini menunjukkan bahwa data normal dan sebaliknya (Ghozali, 2005 : 111-115).

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode *Regresi Linier berganda*, yaitu analisis tentang hubungan antara variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independent. (Arikunto, 2006 : 296).

Hubungan antara variabel dependen dengan independent ditunjukkan dengan persamaan : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$

Dimana : Y = Variabel *Devendent* yaitu Kepuasan Konsumen

a = *Konstanta*

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien Regresi

X_1 = Bukti Fisik

X_2 = Keandalan

X_3 = Daya Tanggap

X_4 = Jaminan

X_5 = Empati

e = Sistem Error

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap variabel Y digunakan uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2). Nilai R^2 ini mempunyai range 0 (nol) sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik hasil regresi tersebut dan semakin besar mendekati 0 (nol) maka variabel keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Maka untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat digunakan Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk membuktikan hal tersebut, maka dilakukan uji F.

Pengambilan keputusan pada uji F dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara:

1. Uji F dengan menggunakan uji signifikansi berdasarkan kriteria: **(Ghozali, 2005 : 58).**

a). Jika (P value / sig) < 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

b). Jika (P value / sig) > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

2. Uji F dengan menggunakan perbandingan F hitung dengan F tabel berdasarkan kriteria: H_0 dapat diterima jika F hitung < F tabel dan H_a dapat diterima apabila F hitung > F tabel.

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual atau parsial serta untuk mengetahui variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel terikat dengan mengukur derajat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya bersifat konstan.

Pengambilan keputusan pada uji T dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara:

1. Uji T dengan menggunakan uji signifikansi berdasarkan kriteria: **(Ghozali, 2005 : 58).**

a). Jika (P value / sig) < 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

b). Jika (P value / sig) > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

2. Uji T dengan menggunakan perbandingan T hitung dan T tabel berdasarkan kriteria: H_0 dapat diterima jika T hitung < T tabel dan H_a dapat diterima apabila T hitung > T tabel.

Oleh karena data yang didapat dari peneliti bersifat kualitatif, maka data yang bersifat kualitatif itu diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat

kuantitatif. Kategori yang digunakan berdasarkan *skala likers*, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebagai berikut:

- 1). Sangat Memuaskan (SM) diberi nilai 5
- 2). Memuaskan (M) diberi nilai 4
- 3). Cukup Memuaskan (CM) diberi nilai 3
- 4). Kurang Memuaskan (KM) diberi nilai 2
- 5). Sangat Tidak Memuaskan (STM) diberi nilai 1

Untuk pertanyaan yang negative (*) penelitian dilakukan dengan cara sebaliknya, seperti pernyataan untuk alternatif jawaban sangat setuju diberi nilai 1 dan untuk sangat tidak setuju diberi nilai 5.

Dalam penelitian ini perhitungan dilakukan dengan menggambarkan bantuan program SPSS dan hasilnya akan disajikan dalam bab pembahasan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Asosiasi Kontraktor Konstruksi Indonesia didirikan di Pekanbaru pada tanggal 20 Mei 2001. Sejalan dengan perkembangan Asosiasi Kontraktor Konstruksi Indonesia sebagai oganisasi yang menaungi para pelaku usaha jasa konstruksi telah tumbuh dan berkembang sebagai organisasi yang mengalami berbagai macam dinamika organisasi, maka berdasarkan Musyawarah Nasional Khusus yang dilaksanakan pada tanggal 02 Oktober 2004 bertempat di Hotel IBIS Jakarta, Asosiasi Kontraktor Konstruksi Indonesia telah melakukan penyempurnaan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga serta perubahan logo dan singkatan nama organisasi dari ASOSIASI KONTRAKTOR KONSTRUKSI INDONESIA menjadi AKSINDO.

AKSINDO berbentuk satu kesatuan kolektif organisasi, yang menganut struktur kekuasaan otonom, dan struktur kepemimpinan berjenjang dari Badan Pimpinan Nasional, Badan Pimpinan Provinsi dan Badan Pimpinan Kabupaten atau Kota diseluruh wilayah Repuplik Indonesia.

AKSINDO berstatus independen, tidak berhaluan dan tidak memihak kepada perorangan, kelompok atau lembaga dan Instansi manapun, kecuali semata-mata memihak kepada peningkatan kualitas dan kesejahteraan anggotanya. AKSINDO bersifat nasional mandiri dan terbuka untuk mewadahi

dan membina pengusaha atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa konstruksi, yang dalam melakukan kegiatannya tidak mencari keuntungan.

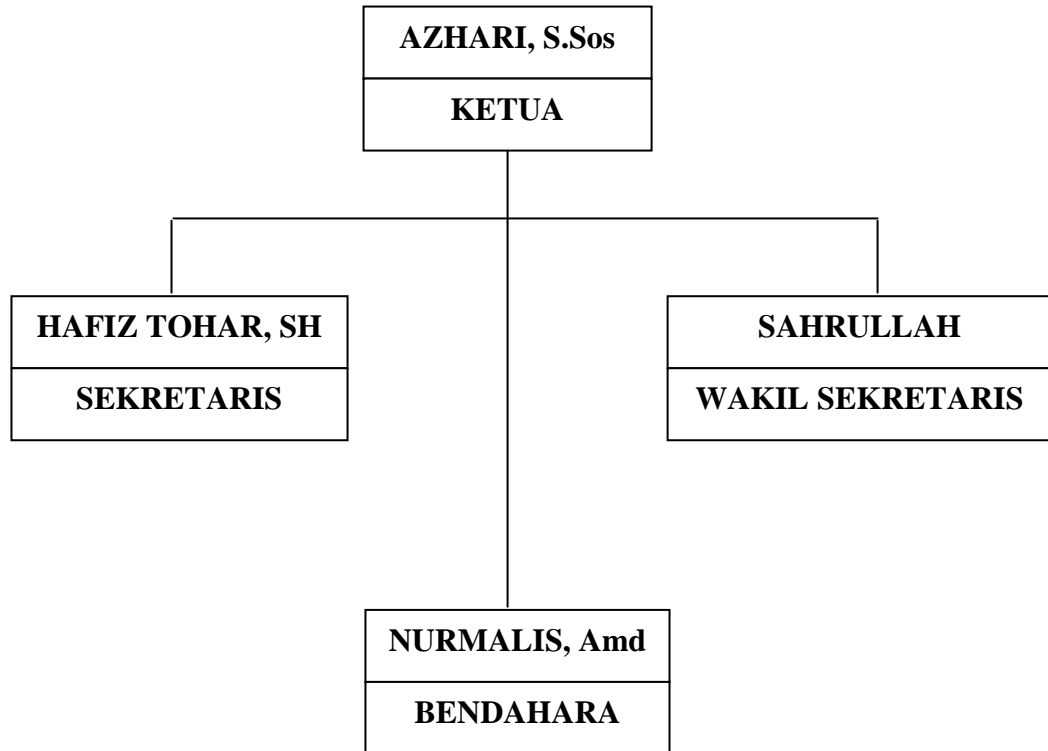
AKSINDO didirikan berfungsi untuk Menciptakan kesatuan dan persatuan yang dilandasi niat jujur, terbuka demi terciptanya kemajuan organisasi, memperjuangkan aspirasi dan kepentingan anggota sehingga mampu mengembangkan usahanya, Menyelenggarakan pembinaan, bimbingan, penelitian dan pengembangan serta pendidikan dan pelatihan bagi anggotanya, Sebagai wadah konsultasi dan komunikasi antar anggota, dan pengusaha lainnya, dengan pemerintah serta lembaga-lembaga lain yang berkaitan dengan bidang usaha jasa konstruksi dan menyelenggarakan Sertifikasi bagi anggotanya.

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang menunjukkan tugas dan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hubungan antara fungsi wewenang dan tanggung jawab tiap bagian atau departemen atas pekerjaan yang dibebankan. Struktur organisasi diperlukan dalam aktivitas organisasi untuk memperjelas sejauh mana tugas dan tanggung jawab, wewenang dan kewajiban dengan efektif dan efisien sehingga tujuan organisasi dapat dicapai.

Hal ini akan mempermudah pimpinan dalam mengawasi dan mengarahkan kegiatan karyawan karena struktur organisasi memberikan pendelegasian wewenang secara tugas. AKSINDO menggunakan struktur organisasi line atau garis yang dapat dilihat dari bagian struktur organisasi perusahaan sebagai berikut:

STRUKTUR ORGANISASI



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan analisis penelitian analisis kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar. Ada dua variabel dalam penelitian ini yaitu: variabel terikat (kepuasan konsumen) dan variabel bebas (bukti langsung (X1), keandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan dan kepastian (X4) dan perhatian individu (X5)).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan kepada konsumen sebanyak 100 orang responden yang langsung dijadikan sampel. Selanjutnya data yang diperoleh ditabulasikan untuk dilakukan analisa secara kuantitatif. Hasil penelitian meliputi karakteristik responden, setiap variabel dan analisis regresi linear berganda.

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam hal ini meliputi jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan.

a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan responden pada umumnya berjenis kelamin pria. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.1 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	65	65%
Wanita	35	35%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari 100 konsumen Aksindo Kabupaten Kampar terdiri dari konsumen pria sebesar 65% dan konsumen wanita sebesar 35%.

b. Karakteristik Responden Menurut Umur

Menurut dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui Umur responden adalah sebagai berikut :

Tabel V.2 : Karakteristik Responden Menurut Umur

Umur responden (tahun)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
20-30	45	45%
31-40	32	32%
41-50	23	23%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari tabel V.2 diatas dapat terlihat jelas bahwa sebagian besar konsumen Aksindo Kabupaten Kampar dapat dikatakan usia yang produktif. Konsumen yang berusia dibawah 30 tahun berjumlah 45 orang responden atau 45 %, usia antara 31-40 tahun sebanyak 32 responden atau 32 %, sedangkan selebihnya 23 orang responden atau 23 % yang berusia diatas 40 tahun. Dari penjelasan tersebut bahwa rata-rata konsumen Aksindo Kabupaten Kampar umurnya masih produktif yaitu konsumen yang berumur 30 tahun ke bawah.

c. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Menurut dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui jenis pekerjaan responden bervariasi untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.3 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai BUMS	19	19 %
Pegawai Swasta	21	21%
Wiraswasta	42	42%
Lain-lain	18	18%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari tabel 6 diatas maka dapat diperoleh data bahwa jenis pekerjaan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar bervariasi, pegawai BUMS sebanyak 19 orang responden (19%), Pegawai Swasta sebanyak 21 orang responden (21%), Wiraswasta sebanyak 42 orang responden (42%), dan Lain-lain sebanyak 18 orang responden (18%).

2. Deskripsi Variabel

a. Kepuasan Konsumen

Untuk memuaskan konsumen tentunya perusahaan perlu menggunakan sumber-sumber yang dimiliki secara efektif. Sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan merupakan kriteria untuk memilih kebutuhan dan keinginan mana yang dilayani.

Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan faktor yang menentukan terhadap perhubungan suatu perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa salah satu keberhasilan perusahaan adalah apabila perusahaan itu dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, sehingga konsumen atau pelanggan merasa Memuaskan.

Pada variabel kepuasan konsumen (Y) diwakili oleh lima pertanyaan yang mencerminkan indikator kepuasan konsumen. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden, sedangkan frekuensinya sebagai berikut:

Tabel V.4: Tanggapan Responden Atas Rasa Kepuasan Anda Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	18	18%
2	Memuaskan	52	52%
3	Cukup Memuaskan	5	5%
4	Tidak Memuaskan	17	17%
5	Sangat Tidak Memuaskan	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa rasa kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 18 orang responden (18%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 52 orang responden (52%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 5 orang responden (5%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 17 orang responden (17%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 8 orang responden (8%). Artinya konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.5 Tanggapan Responden atas pilihan yang bijaksana untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	20	20%
2	Memuaskan	47	47%
3	Cukup Memuaskan	8	8%
4	Tidak Memuaskan	19	19%
5	Sangat Tidak Memuaskan	6	6
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pilihan yang bijaksana untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 20 orang responden (20%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 47 orang responden (47%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 8 orang responden (8%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 19 orang responden (19%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 6 orang responden (6%). Artinya konsumen merasa pilihan yang bijaksana untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.6 Tanggapan Responden atas pengalaman selama bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	18	18%
2	Memuaskan	53	53%
3	Cukup Memuaskan	12	12%
4	Tidak Memuaskan	16	16%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pengalaman selama bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 18 orang responden (18%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 53 orang responden (53%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 12 orang responden (12%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 16 orang responden (16%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas atas pengalaman selama bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.7 Tanggapan Responden atas pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	25	25%
2	Memuaskan	44	44%
3	Cukup Memuaskan	7	7%
4	Tidak Memuaskan	18	18%
5	Sangat Tidak Memuaskan	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan atas pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 25 orang responden (25%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 44 orang responden (44%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 18 orang responden (18%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 6 orang responden (6%). Artinya konsumen merasa puas atas pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.8 Tanggapan Responden atas pilihan yang tepat untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	18	18%
2	Memuaskan	46	46%
3	Cukup Memuaskan	16	16%
4	Tidak Memuaskan	16	16%
5	Sangat Tidak Memuaskan	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pilihan yang tepat untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 18 orang responden (18%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 46

orang responden (46%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 16 orang responden (16%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 16 orang responden (16%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 4 orang responden (4%). Artinya konsumen merasa pilihan yang tepat untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.9 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban					
		SM	M	CM	TM	STM	
1.	Bagaimana Menurut anda tentang pelayanan yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar?	18	18	52	5	17	
2.	Bagaimana menurut anda pilihan yang bijaksana untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?	20	6	47	8	19	
3.	Bagaimana menurut anda pelayanan pada Aksindo Kabupaten Kampar?	18	1	53	12	16	
4.	Bagaimana pengalaman anda selama bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?	25	6	44	7	18	
5.	Bagaimana menurut anda pilihan yang tepat untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?	18	4	46	16	16	
Jumlah		99	35	242	48	86	510
Persentase		19,41%	6,86%	47,45	9,41%	16,86%	

Dari data diatas variable kepuasan konsumen yang dimiliki oleh Aksindo

Kab. Kampar adalah :

SM (Sangat Memuaskan) : 19,41%

M (Sangat Memuaskan) : 6,86%

CM (Cukup Memuaskan) : 47,45%

TM (Tidak Memuaskan) : 9,41%

STM (Sangat Tidak Memuaskan) : 68,62

b. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik adalah kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Pada variabel bukti fisik (X1) diwakili oleh lima pertanyaan yang mencerminkan indikator. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden, sedangkan frekuensinya adalah sebagai berikut:

Tabel V.10Tanggapan Responden atas fasilitas fisik yang dimiliki Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	23	23%
2	Memuaskan	52	52%
3	Cukup Memuaskan	8	8%
4	Tidak Memuaskan	12	12%
5	Sangat Tidak Memuaskan	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pentingya fasilitas fisik yang dimiliki Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 23 orang responden (23%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 52 orang responden (52%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 8 orang responden (8%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 12 orang responden (12%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 5 orang responden (5%). Artinya konsumen merasa kepuasan atas fasilitas fisik yang dimiliki Aksindo Kabupaten Kampar seperti gedung ruang tunggu serta toilet.

Tabel V.11 Tanggapan Responden atas fasilitas fisik yang yang terdapat di Aksindo Kabupaten Kampar sudah sesuai dengan jasa yang ditawarkan

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	23	23%
2	Memuaskan	47	47%
3	Cukup Memuaskan	7	7%
4	Tidak Memuaskan	15	15%
5	Sangat Tidak Memuaskan	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa fasilitas fisik yang yang terdapat di Aksindo Kabupaten Kampar sudah sesuai dengan jasa yang ditawarkan, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 23 orang responden (23%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 47 orang responden (47%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 8 orang responden (8%). Artinya konsumen merasa fasilitas fisik yang yang terdapat di Aksindo Kabupaten Kampar sudah sesuai dengan jasa yang ditawarkan.

Tabel V.12 Tanggapan Responden atas penampilan karyawan bagian administrasi Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	19	19%
2	Memuaskan	55	55%
3	Cukup Memuaskan	6	6%
4	Tidak Memuaskan	19	19%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa penampilan karyawan bagian administrasi Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan

sebanyak 19 orang responden (19%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 55 orang responden (55%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 6 orang responden (6%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 19 orang responden (19%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas dengan penampilan karyawan bagian administrasi Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.13 : Tanggapan Responden Atas kebersihan dan kenyamanan ruang kerja Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	28	28%
2	Memuaskan	46	46%
3	Cukup Memuaskan	5	5%
4	Tidak Memuaskan	15	15%
5	Sangat Tidak Memuaskan	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kebersihan dan kenyamanan ruang kerja Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 28 orang responden (28%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 46 orang responden (46%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 5 orang responden (5%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 6 orang responden (6%). Artinya konsumen merasa puas Atas kebersihan dan kenyamanan ruang kerja Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.14 : Tanggapan Responden Atas kondisi area parkir disediakan oleh Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	15	15%
2	Memuaskan	50	50%
3	Cukup Memuaskan	12	12%
4	Tidak Memuaskan	15	15%
5	Sangat Tidak Memuaskan	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kondisi area parkir disediakan oleh Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 50 orang responden (50%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 12 orang responden (12%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 8 orang responden (8%). Artinya konsumen merasa puas terhadap kondisi area parkir disediakan oleh Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.15 Rekapitulasi Variabel Bukti Fisik

No	Pertanyaan	Jawaban					
		SM	M	CM	TM	STM	
1.	Menurut Anda bagaimana fasilitas fisik, yang dimiliki Aksindo Kabupaten Kampar seperti gedung, ruang tunggu, serta toilet?	23	52	8	12	5	
2.	Bagaimana menurut anda penampilan karyawan pada bagian Administrasi Aksindo Kabupaten Kampar?	23	47	7	15	8	
3.	Bagaimana menurut anda Apakah fasilitas fisik yang terdapat di Aksindo Kabupaten Kampar sudah sesuai dengan jasa yang ditawarkan?	19	55	6	19	1	
4.	Bagaimana menurut anda keadaan gedung pada Aksindo Kabupaten Kampar?	28	46	5	15	6	
5.	Puaskah Anda dengan kondisi area parkir disediakan oleh Aksindo Kabupaten Kampar?	15	50	12	15	8	
Jumlah		108	250	38	76	28	500
Persentase		21,6%	50%	7,6%	15,2%	5%	

Dari data diatas variable Bukti Fisik yang dimiliki oleh Aksindo Kab.

Kampar adalah :

SM (Sangat Memuaskan) : 21,6%

M (Sangat Memuaskan) : 50%

CM (Cukup Memuaskan) : 7,6%

TM (Tidak Memuaskan) : 15,2%

STM (Sangat Tidak Memuaskan) : 5%

3. Keandalan (*Reability*)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan.

Kegagalan dalam menyediakan pelayanan mengakibatkan munculnya keluhan-keluhan dan akan mengakibatkan perusahaan akan kehilangan pelanggan.

Pada variabel keandalan (X2) yang terdapat dalam kuesioner yang diwakili oleh lima pertanyaan. Adapun indikator hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel V.16 : Tanggapan Responden atas ketepatan waktu pelayanan yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	19	19%
2	Memuaskan	52	52%
3	Cukup Memuaskan	13	13%
4	Tidak Memuaskan	13	13%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap ketepatan waktu pelayanan yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 19 orang responden (19%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 52 orang responden (52%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 13 orang responden (13%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 13 orang responden (13%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap ketepatan waktu pelayanan yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.17 : Tanggapan Responden atas kinerja karyawan Aksindo Kabupaten Kampar yang memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	26	26%
2	Memuaskan	49	49%
3	Cukup Memuaskan	16	16%
4	Tidak Memuaskan	7	7%
5	Sangat Tidak Memuaskan	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kinerja karyawan Aksindo Kabupaten Kampar yang memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti , yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 26 orang responden (26%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 49 orang responden (49%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 16 orang responden (16%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 2 orang responden (2%). Artinya konsumen merasa puas terhadap kinerja karyawan Aksindo Kabupaten Kampar yang memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.

Tabel V.18 : Tanggapan Responden atas pelayanan yang tidak berbelit-belit yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	19	19%
2	Memuaskan	57	57%
3	Cukup Memuaskan	13	13%
4	Tidak Memuaskan	9	9%
5	Sangat Tidak Memuaskan	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap pelayanan yang tidak berbelit-belit yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar, yang

menyatakan sangat memuaskan sebanyak 19 orang responden (19%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 57 orang responden (57%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 13 orang responden (13%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 9 orang responden (9%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 2 orang responden (2%). Artinya konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang tidak berbelit-belit yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.19 : Tanggapan Responden atas sikap baik dan mampu menerangkan kepada konsumen ketika ada masalah oleh karyawan Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	26	26%
2	Memuaskan	55	55%
3	Cukup Memuaskan	9	9%
4	Tidak Memuaskan	9	9%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap sikap baik dan mampu menerangkan kepada konsumen ketika ada masalah, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 26 orang responden (26%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 55 orang responden (55%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 9 orang responden (9%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 9 orang responden (9%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas terhadap sikap baik dan mampu menerangkan kepada konsumen ketika ada masalah oleh karyawan Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.20 : Tanggapan Responden atas pelayanan administrasi yang diberikan Aksindo Kabupaten Kampar dilakukan dengan baik dan benar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	21	21%
2	Memuaskan	48	48%
3	Cukup Memuaskan	17	17%
4	Tidak Memuaskan	11	11%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap pelayanan administrasi yang diberikan Aksindo Kabupaten Kampar dilakukan dengan baik dan benar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 21 orang responden (21%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 48 orang responden (48%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 17 orang responden (17%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap pelayanan administrasi yang diberikan Aksindo Kabupaten Kampar dilakukan dengan baik dan benar.

Tabel V.21 Rekapitulasi Variabel Keandalan

No	Pertanyaan	Jawaban					
		SM	M	M	CM	TM	
1.	Apakah pelayanan yang diberikan telah dilakukan dengan benar?	19	52	13	13	3	
2.	Apakah pelayanan yang diberikan telahtepat pada waktunya?	26	49	16	7	2	
3.	Menurut anda apakah pelayanan yang menjanjikan kepada konsumen telah mampu ditangani dengan cepat?	19	57	13	9	2	
4.	Bagaimana pendapat anda tentang kinerja karyawan yang memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti?	26	55	9	9	1	
5.	Apakah anda merasa puas terhadap pelayanan yang tidak berbelit-belit yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar?	21	48	17	11	3	
Jumlah		111	261	68	49	11	500
Persentase		22,2%	13,6%	13,6%	9,8%	2,2%	

Dari data diatas variable Keandalan yang dimiliki oleh Aksindo Kab.

Kampar adalah :

SM (Sangat Memuaskan) : 22,2%

M (Memuaskan) : 13,6%

SM (Sangat Memuaskan) : 13,6%

TM (Tidak Memuaskan) : 9,8%

STM (Sangat Tidak Memuaskan) : 2,2%

4. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan hal-hal harus selalu diperhatikan oleh perusahaan. Karena ketanggapan merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk membantu memberikan pelayanan yang tepat dan cepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas. Pada variabel

ketanggapan (X3) yang terdapat kuisioner diwakili oleh lima pertanyaan, adapun indikator dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel V.22 : Tanggapan Responden atas kecepatan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar menangani masalah administrasi dengan konsumen

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	20	20%
2	Memuaskan	55	55%
3	Cukup Memuaskan	11	11%
4	Tidak Memuaskan	11	11%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kecepatan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar menangani masalah administrasi dengan konsumen, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 20 orang responden (20%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 55 orang responden (55%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap kecepatan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar menangani masalah administrasi dengan konsumen.

Tabel V.23 : Tanggapan Responden atas kesediaan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar membantu konsumen membuat izin usaha

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	28	28%
2	Memuaskan	52	52%
3	Cukup Memuaskan	10	10%
4	Tidak Memuaskan	7	7%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kesediaan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar membantu konsumen membuat izin usaha, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 28 orang responden (28%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 52 orang responden (52%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 10 orang responden (10%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap kesediaan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar membantu konsumen membuat izin usaha.

Tabel V.24 : Tanggapan Responden atas kemampuan karyawan mengatasi keluhan konsumen Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	23	23%
2	Memuaskan	58	58%
3	Cukup Memuaskan	5	5%
4	Tidak Memuaskan	13	13%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kemampuan karyawan mengatasi keluhan konsumen Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 23 orang responden (23%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 58 orang responden (58%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 5 orang responden (5%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 13 orang responden (13%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas terhadap kemampuan karyawan mengatasi keluhan konsumen Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.25 : Tanggapan Responden atas tindakan cepat Aksindo Kabupaten Kampar pada saat konsumen membutuhkan

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	26	26%
2	Memuaskan	56	56%
3	Cukup Memuaskan	7	7%
4	Tidak Memuaskan	10	10%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap tindakan cepat Aksindo Kabupaten Kampar pada saat konsumen membutuhkan, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 26 orang responden (26%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 56 orang responden (56%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 10 orang responden (10%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas terhadap tindakan cepat Aksindo Kabupaten Kampar pada saat konsumen membutuhkan.

Tabel V.26 : Tanggapan Responden atas daya tanggap karyawan Aksindo Kabupaten Kampar yang anda terima selama ini

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	21	21%
2	Memuaskan	47	47%
3	Cukup Memuaskan	18	18%
4	Tidak Memuaskan	11	11%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap daya tanggap karyawan Aksindo Kabupaten Kampar yang anda terima selama ini, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 21 orang responden (21%), yang

menyatakan memuaskan sebanyak 47 orang responden (47%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 18 orang responden (18%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap daya tanggap karyawan Aksindo Kabupaten Kampar yang anda terima selama ini.

Tabel V.27 Rekapitulasi Variabel Ketanggapan

No	Pertanyaan	Jawaban					
		SM	M	CM	TM	STM	
1.	Apakah anda merasa puas dengan tindakan cepat karyawan pada saat konsumen membutuhkan ?	20	55	11	13	3	
2.	Apakah anda puas dengan kesediaan karyawan dalam membantu konsumen Aksindo Kabupaten Kampar?	28	52	10	7	3	
3.	Menurut anda bagaimana kemampuan karyawan mengatasi keluhan konsumen Aksindo Kabupaten Kampar?	23	58	5	9	1	
4.	Menurut anda apakah karyawan selalu siap sedia memberikan pelayanan kepada anda saat dibutuhkan?	26	56	7	9	1	
5.	Bagaimana menurut anda terhadap daya tanggap karyawan yang anda terima selama ini?	21	47	18	11	3	
Jumlah		118	268	51	49	11	497
Persentase		23,74%	53,92%	10,26%	9,8%	2,19%	

Dari data diatas variable Ketanggapan yang dimiliki oleh Aksindo Kab.

Kampar adalah :

SM (Sangat Memuaskan) : 23,74%

STM (Sangat Tidak Memuaskan) : 53,92%

M (Memuaskan) : 10,26%

CM (Cukup Memuaskan) : 9,8%

STM (Sangat Tidak Memuaskan) : 2,19%

5. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Jaminan sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Jaminan dan kepastian merupakan pengetahuan sopan santun dan kemampuan Konsumen untuk menimbulkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh jaminan dan kepastian (X4) terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel tanggapan responden berdasarkan indikator-indikator. Adapun frekuensi dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel V.28 : Tanggapan Responden atas kesopanan dan keramahan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	20	20%
2	Memuaskan	55	55%
3	Cukup Memuaskan	11	11%
4	Tidak Memuaskan	11	11%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kesopanan dan keramahan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 20 orang responden (20%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 55 orang responden (55%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%) dan yang menyatakan sangat tidak

memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap kesopanan dan keramahan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.29 : Tanggapan Responden atas wawasan dan pengetahuan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	21	21%
2	Memuaskan	47	47%
3	Cukup Memuaskan	18	18%
4	Tidak Memuaskan	11	11%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap wawasan dan pengetahuan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 21 orang responden (21%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 47 orang responden (47%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 18 orang responden (18%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap wawasan dan pengetahuan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.30 : Tanggapan Responden atas keamanan saat bekerja sama dengan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	20	20%
2	Memuaskan	57	57%
3	Cukup Memuaskan	7	7%
4	Tidak Memuaskan	15	15%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap keamanan saat bekerja sama dengan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan

sangat memuaskan sebanyak 20 orang responden (20%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 57 orang responden (57%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas terhadap keamanan saat bekerja sama dengan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.31 : Tanggapan Responden atas pelayanan yang anda terima setiap bekerja sama dengan Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	26	26%
2	Memuaskan	56	56%
3	Cukup Memuaskan	7	7%
4	Tidak Memuaskan	10	10%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap pelayanan yang anda terima setiap bekerja sama dengan Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 26 orang responden (26%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 56 orang responden (56%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 10 orang responden (10%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang anda terima setiap bekerja sama dengan Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.32 : Tanggapan Responden atas sikap dan perilaku para karyawan Aksindo Kabupaten Kampar

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	15	15%
2	Memuaskan	51	51%
3	Cukup Memuaskan	16	16%
4	Tidak Memuaskan	15	15%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap atas sikap dan perilaku para karyawan Aksindo Kabupaten Kampar, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 51 orang responden (51%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 16 orang responden (16%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap atas sikap dan perilaku para karyawan Aksindo Kabupaten Kampar.

Tabel V.33Rekapitulasi Variabel Jaminan dan Kepastian

No	Pertanyaan	Jawaban					
		SM	M	CM	TM	STM	
1.	Apakah anda puas dengan kesopanan dan keramahan karyawan ?	20	55	11	11	3	
2.	Apakah anda puas dengan wawasan dan pengetahuan karyawan?	21	47	18	11	3	
3.	Bagaimana perasaan anda ketika bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar ?	20	57	7	15	1	
4.	Bagaimana pelayanan yang anda terima setiap kerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?	26	56	7	10	1	
5.	Bagaimana pendapat anda sikap para karyawan pada Aksindo Kabupaten Kampar?	15	51	16	15	3	
Jumlah		102	266	59	62	11	500
Persentase		20,4%	53,2%	11,8%	12,4%	2,2%	

Dari data diatas variable Jaminan dan Kepastian yang dimiliki oleh Aksindo Kab. Kampar adalah :

SM (Sangat Memuaskan)	: 20,4%
M (Memuaskan)	: 53,2%
CM (Cukup Memuaskan)	: 11,8%
TM (Tidak Memuaskan)	: 12,4%
STM (Sangat Tidak Memuaskan)	: 2,2%

6. Perhatian Individual (*Empaty*)

Perhatian individual (*empaty*) merupakan salah satu faktor yang penting bagi kepuasan konsumen. Karena perhatian individual berarti memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Pada variabel perhatian individual (X5) ada lima pertanyaan yang mencerminkan indikator empati. Adapun indikator dari variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel V.34 : Tanggapan Responden atas kesungguhan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar dalam memperhatikan keluhan konsumen

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	24	24%
2	Memuaskan	47	47%
3	Cukup Memuaskan	13	13%
4	Tidak Memuaskan	11	11%
5	Sangat Tidak Memuaskan	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kesungguhan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar dalam memperhatikan keluhan konsumen, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 24 orang responden (24%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 47 orang responden (47%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 13 orang responden (13%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 11 orang responden (11%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 5 orang responden (5%). Artinya konsumen merasa puas terhadap kesungguhan karyawan Aksindo Kabupaten Kampar dalam memperhatikan keluhan konsumen.

Tabel V.35 : Tanggapan Responden atas kemampuan berkomunikasi karyawan Aksindo Kabupaten Kampar kepada setiap konsumen

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	28	28%
2	Memuaskan	53	53%
3	Cukup Memuaskan	10	10%
4	Tidak Memuaskan	7	7%
5	Sangat Tidak Memuaskan	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap kemampuan berkomunikasi karyawan Aksindo Kabupaten Kampar kepada setiap konsumen, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 28 orang responden (28%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 53 orang responden (53%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 10 orang responden (10%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 2 orang responden (2%). Artinya konsumen merasa

puas terhadap kemampuan berkomunikasi karyawan Aksindo Kabupaten Kampar kepada setiap konsumen.

Tabel V.36 : Tanggapan Responden atas pemahaman karyawan Aksindo Kabupaten Kampar pada sifat dan karakter konsumen

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	27	27%
2	Memuaskan	50	50%
3	Cukup Memuaskan	13	13%
4	Tidak Memuaskan	9	9%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap pemahaman karyawan Aksindo Kabupaten Kampar pada sifat dan karakter konsumen, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 27 orang responden (27%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 50 orang responden (50%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 13 orang responden (13%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 9 orang responden (9%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas terhadap pemahaman karyawan Aksindo Kabupaten Kampar pada sifat dan karakter konsumen.

Tabel V.37 : Tanggapan Responden atas sikap karyawan Aksindo Kabupaten Kampar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	26	26%
2	Memuaskan	56	56%
3	Cukup Memuaskan	7	7%
4	Tidak Memuaskan	10	10%
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap sikap karyawan Aksindo Kabupaten Kampar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 26 orang responden (26%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 56 orang responden (56%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 7 orang responden (7%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 10 orang responden (10%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden (1%). Artinya konsumen merasa puas terhadap sikap karyawan Aksindo Kabupaten Kampar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Tabel V.38 : Tanggapan Responden atas pelayanan para Aksindo Kabupaten Kampar dengan konsumen

No	Alternative Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memuaskan	15	15%
2	Memuaskan	51	51%
3	Cukup Memuaskan	16	16%
4	Tidak Memuaskan	15	15%
5	Sangat Tidak Memuaskan	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan 2009

Dari data diatas dapat diketahui bahwa kepuasan terhadap pelayanan para Aksindo Kabupaten Kampar dengan konsumen, yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%), yang menyatakan memuaskan sebanyak 51 orang responden (51%), yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 16 orang responden (16%), yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 15 orang responden (15%) dan yang menyatakan sangat tidak memuaskan sebanyak 3 orang responden (3%). Artinya konsumen merasa puas terhadap pelayanan para Aksindo Kabupaten Kampar dengan konsumen.

Tabel V.39 Rekapitulasi Variabel Perhatian Individual

No	Pertanyaan	Jawaban					
		SM	M	CM	TM	STM	
1.	Apakah anda merasa puas dengan kesungguhan karyawan dalam memperhatikan keluhan pada konsumen ?	24	55	13	11	5	
2.	Menurut anda apakah karyawan mampu berkomunikasi kepada setiap konsumen?	28	47	7	7	2	
3.	Menurut anda bagaimana pemahaman karyawan pada sifat dan karakter pada konsumen ?	27	57	9	9	1	
4.	Menurut anda bagaimana sikap para karyawan memberikan pelayanan pada konsumen?	26	56	10	10	1	
5.	Menurut anda bagaimana mengenai pelayanan karyawan pada konsumen?	15	51	16	15	3	
Jumlah		120	266	55	52	12	515
Persentase		23,3%	51,6%	10,6%	10%	2,3%	

Dari data diatas variable Jaminan dan Kepastian yang dimiliki oleh

Aksindo Kab. Kampar adalah :

SM (Sangat Memuaskan) : 23,3%

STM (Sangat Tidak Memuaskan) : 2,3%

M (Memuaskan) : 51,6 %

CM (Cukup Memuaskan) : 10,6%

TM (tidak memuaskan) : 10%

B. Uji Validitas Dan Reabilitas

1. Uji validitas

Pada uji validitas, dengan sampel sebanyak 100 responden. Untuk mengukur valid atau tidak yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dikatakan valid.

Tabel. V. 40 : Hasil analisis validitas kuesioner variabel kepuasan konsumen

Butir pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Kesimpulan
Butir 1	0,419	0,127	Valid
Butir 2	0,524	0,127	Valid
Butir 3	0,250	0,127	Valid
Butir 4	0,329	0,127	Valid
Butir 5	0,269	0,127	Valid

Sumber: Data Olahan 2009

Berdasarkan pengolahan data mengenai kepuasan konsumen, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid karena lebih r hitung besar dari r tabel.

Tabel. V. 41 : Hasil analisis validitas kuesioner variabel bukti fisik

Butir pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	kesimpulan
Butir 1	0,354	0,127	Valid
Butir 2	0,524	0,127	Valid
Butir 3	0,245	0,127	Valid
Butir 4	0,421	0,127	Valid
Butir 5	0,290	0,127	Valid

Sumber: Data Olahan 2009

Berdasarkan pengolahan data mengenai variable bukti fisik, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid karena lebih r hitung besar dari r tabel.

Tabel. V. 42 : Hasil analisis validitas kuesioner variabel keandalan

Butir pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	kesimpulan
Butir 1	0,457	0,127	Valid
Butir 2	0,420	0,127	Valid
Butir 3	0,175	0,127	Valid
Butir 4	0,459	0,127	Valid
Butir 5	0,404	0,127	Valid

Sumber: Data Olahan 2009

Berdasarkan pengolahan data mengenai variabel keandalan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid karena lebih r hitung besar dari r table

Tabel. V. 43 : Hasil analisis validitas kuesioner variabel ketanggapan

Butir pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	kesimpulan
Butir 1	0,428	0,127	Valid
Butir 2	0,413	0,127	Valid
Butir 3	0,283	0,127	Valid
Butir 4	0,424	0,127	Valid
Butir 5	0,252	0,127	Valid

Sumber: Data Olahan 2009

Berdasarkan pengolahan data mengenai variable ketanggapan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid karena lebih r hitung besar dari r tabel.

Tabel V. 44: Hasil analisis validitas kuesioner variabel jaminan dan kepastian

Butir pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	kesimpulan
Butir 1	0,357	0,127	Valid
Butir 2	0,594	0,127	Valid
Butir 3	0,169	0,127	Valid
Butir 4	0,263	0,127	Valid
Butir 5	0,459	0,127	Valid

Sumber: Data Olahan 2009

Berdasarkan pengolahan data mengenai variabel jaminan dan kepastian bahwa semua butir pertanyaan adalah valid karena lebih r hitung besar dari r tabel.

Tabel V. 45: Hasil analisis validitas kuesioner variabel perhatian individu

Butir pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	kesimpulan
Butir 1	0,622	0,127	Valid
Butir 2	0,396	0,127	Valid
Butir 3	0,169	0,127	Valid
Butir 4	0,176	0,127	Valid
Butir 5	0,535	0,127	Valid

Sumber: Data Olahan 2009

Berdasarkan pengolahan data mengenai variabel perhatian individu bahwa semua butir pertanyaan adalah valid karena lebih r hitung besar dari r tabel.

2. Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini pengukuran reabilitas menggunakan uji crobach alpha (a) yaitu jika $a > 0,60$ maka dikatakan reliabel.

Tabel V. 46: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Seluruh Variabel

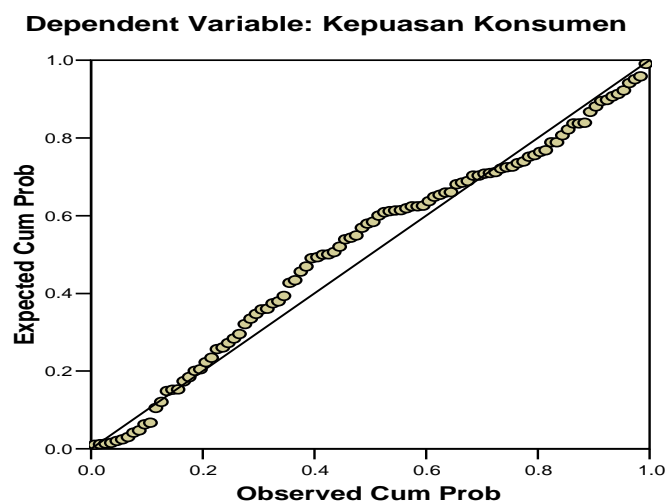
Variabel	Butir Pertanyaan	Alpha
Kepuasan konsumen	5	0,610
Bukti Fisik (X1)	5	0,612
Keandalan (X2)	5	0,627
Ketanggapan (X3)	5	0,602
Jaminan dan kepastian (X4)	5	0,609
Perhatian Individu (X5)	5	0,619

Sumber: Data olahan hasil penelitian tahun 2009

Dari kelima variabel diatas dapat disimpulkan bahwa ke lima variabel dinyatakan reabil karena besar dari 0,60. Ini berarti kuesioner yang dijawab oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan adalah konsisten dengan keadaannya.

C.Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, berarti penyaluran data bersifat normal, sehingga asumsi untuk melakukan model regresi dapat dilakukan.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu (error) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya, jika ada berarti terdapat Autokorelasi. Pada penelitian ini mengetahui adanya autokorelasi dengan menggunakan *Durbin Watson* (DR). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS (pada Lampiran) di peroleh nilai d hitung sebesar 2,203. dengan menggunakan persamaan $du < d < 4-du$, dimana jika angka d hitung berada antara du dengan $4-du$ maka d hitung hasilnya baik dan dianggap signifikan.

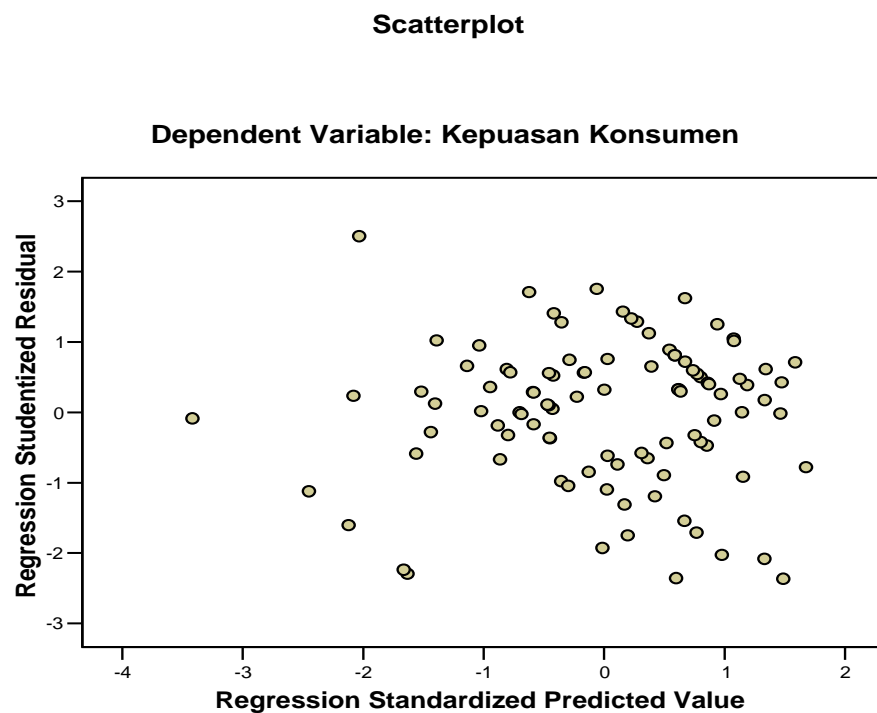
Untuk melihat table maka digunakan $k=4$, $\alpha=5\%$ dan $n=100$ maka $du = 1,754 < (4-du) = 2,246$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, karena $d = 2,203 < (4-du)$ dan Au . Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengujian ini tidak terdapat autokorelasi dari residual.

2. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi yang bebas multikolinearitas apabila nilai angka tolerance nilai $VIF < 5$. Uji multikolinearitas yang dilakukan terhadap model analisis regresi (pada lampiran) diperoleh nilai VIF Bukti fisik 2,113, Keandalan

3,594, Ketanggapan 3,320, Jaminan dan kepastian 4,594 dan Perhatian individu 3,580. Berarti penelitian ini bebas dari multikolinearitas karena semua nilai VIF dari semua variable kecil dari 5.

3. Uji Heteroskedastisitas



Dari grafik diatas tidak terlihat pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y. Maka disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas dan pengujian ini layak dipakai.

E. Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap kepuasan konsumen Aksindo Kabupaten Kampar, *dilakukan analisis* statistik. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 12 maka, diperoleh data-data sebagai berikut :

Table V.47 Koefisien Regresi Kepuasan terhadap variabel bebas

Variabel	Koefisien	Standart	T.	Sig
Bukti Fisik (X1)	0,830	0.093	8.965	0.000
Keandalan (X2)	0.224	0.142	2.580	0.117
Ketanggapan (X3)	0.152	0.190	2.799	0.426
Jaminan dan kepastian (X4)	0.412	0.218	2.993	0.061
Perhatian Individu (X5)	0.159	0.140	2.141	0.257
Constanta (a)	0.093	0.324	0.286	0.775
R. square : 0,685 R : 0,828 F ratio : 40.969 Si : 0,000				

Sumber : Data Olahan 2009

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa persamaan Regresi

Linear Berganda dalam analisis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 0,039 + 0,830X_1 + 0,224X_2 + 0,152X_3 + 0,412X_4 + 0,159X_5 + e$$

Penjelasan :

1. Y (kepuasan konsumen) mempunyai nilai konstanta sebesar 0,039. Ini berarti bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kepuasan konsumen sebesar 0,039.
2. Koefisien X1 (Bukti fisik) sebesar 0,830 menyatakan setiap perubahan satuan-satuan faktor bukti fisik akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,830 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.
3. Koefisien X2 (Keandalan) sebesar 0,224 menyatakan setiap perubahan satuan-satuan faktor keandalan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,224 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan

4. Koefisien X3 (Ketanggapan) sebesar 0,152 menyatakan setiap perubahan satuan-satuan faktor ketanggapan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,152 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan
5. Koefisien X4 (Jaminan dan kepastian) sebesar 0,412 menyatakan setiap perubahan satuan-satuan faktor jaminan dan kepastian akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,412 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan
6. Koefisien X5 (Perhatian individu) sebesar 0,412 menyatakan setiap perubahan satuan-satuan faktor perhatian individu akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,412 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan

Dari persamaan regresi diatas diketahui bahwa variabel Bukti fisik (X1), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan dan kepastian (X4) dan Perhatian individu (X5) bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai dari kelima variabel tersebut maka konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Aksindo Kabupaten Kampar.

a. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki hubungan erat dengan variabel terikat. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,828. Nilai R ini menunjukkan adanya hubungan linear positif antara variabel bebas bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Y.

b. Koefisien Determinasi Berganda (R^2) /square

Koefisien determinasi (R^2 /square) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2 /square) sebesar 0,685 atau sebesar 68,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kelima variabel bebas (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, dan perhatian individu) secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 68,5%. Sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti data penelitian ini.

c. Uji F (F Test)

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk membuktikan hal tersebut maka dilakukan uji F. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program komputer SPSS versi 12 dapat dilihat pada tabel (ANOVA) bahwa nilai F hitung sebesar 40,969 dan pada tabel distribusi Fisher diketahui F tabel 2,31227 dengan tingkat signifikan (α) 5%. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel yang berarti hipotesa dapat diterima. Berarti hipotesa yang diajukan diduga faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan kepuasan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar adalah variabel Bukti fisik (X1), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan dan kepastian (X4) dan Perhatian individu (X5) dapat diterima.

d. Uji T (T Test)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual serta mengetahui variabel terikat dengan mengukur derajat hubungan antara bebas dan variabel terikat.

Berdasarkan perhitungan SPSS maka, dapat diketahui hasil analisis koefisien regresi seperti tabel dibawah ini:

Tabel V.48 : Koefisien Regresi Variabel Bebas Secara Parsial Terhadap Variabel Terikat

Variabel	Beta	T. Hitung	T. Tabel	Sig
Bukti Fisik (X1)	0,830	8.965	1,6613	0.000
Keandalan (X2)	0.224	2.580	1,6613	0.117
Ketanggapan (X3)	0.152	2.799	1,6613	0.426
Jaminan dan kepastian (X4)	0.412	2.993	1,6613	0.061
Perhatian Individu (X5)	0.159	2.141	1,6613	0.257

Sumber : Data Olahan 2009

Uji T dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ pada tabel diperoleh nilai T sebesar 1,66123. Dari tabel diatas diperoleh hasil dari pengujian parsial variabel bebas adalah sebagai berikut:

1. Variabel bukti langsung (X1) menunjukkan T hitung sebesar $8,965 > T$ tabel 1,6613 dengan signifikan 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan variabel bukti langsung mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar.
2. Keandalan (X2) menunjukkan nilai T hitung sebesar $2,580 > T$ tabel 1,6613 dengan signifikan 0,117 yang lebih besar dari taraf signifikan 5%. Hal ini

menunjukkan bahwa H_0 diterima dan variabel keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar:

3. Variabel Ketanggapan (X_3) menunjukkan nilai T hitung sebesar 2,799 > T tabel 1,6613 dengan signifikan 0,426 yang lebih besar dari taraf signifikan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan variabel ketanggapan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar.
4. Variabel jaminan dan kepastian (X_4) menunjukkan nilai T hitung sebesar 2,993 > T tabel 1,6613 dengan signifikan 0,061 yang lebih besar dari taraf signifikan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan variabel jaminan dan kepastian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar.
5. Variabel perhatian individu (X_5) menunjukkan nilai T hitung sebesar 2,141 > T tabel 1,6613 dengan signifikan 0,775 yang lebih besar dari taraf signifikan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan variabel perhatian individu mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Aksindo Kabupaten Kampar.

Dari hasil pengujian masing-masing variabel bebas diatas maka, dapat disimpulkan bahwa kelima variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa kualitas pelayanan jasa Askindo Kabupaten Kampar dipengaruhi oleh faktor bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan perhatian individu.
2. Berdasarkan uji asumsi klasik variabel dalam penelitian ini bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi.
3. Berdasarkan uji validitas dan reabilitas, item pertanyaan dalam variabel penelitian valid dan reliabel.
4. Berdasarkan hasil analisis uji regresi dengan menggunakan SPSS Windows secara parsial diperoleh hasil bahwa (faktor bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan perhatian individu) berpengaruh signifikan (memiliki hubungan yang sangat erat) terhadap kepuasan konsumen Askindo Kabupaten Kampar.
5. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan secara simultan dengan menggunakan program statistic SPSS Windows terhadap Variabel bebas (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan perhatian individu) diperoleh hasil yaitu :

a. Uji F

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{table}$, yaitu taraf signifikan 5%. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan perhatian individu) memiliki pengaruh yang erat secara simultan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

b. Uji T

Dari Uji T masing-masing variabel bebas diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$. Ini menunjukkan bahwa kelima variabel bebas (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan perhatian individu) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Pihak Askindo Kabupaten Kampar hendaknya memperhatikan bukti fisik dengan melakukan perawatan dan penataan bangunan dan gedung agar selalu tampak baru dan bagus.
2. Dalam pengambilan keputusan pihak askindo hendaknya memperhatikan faktor keandalan dengan memberikan pelayanan jasa yang dapat diandalkan, akurat dan tepat waktu.
3. Dalam memberikan pelayanan, pihak askindo dapat membantu dan memberikan pelayanan cepat dan tepat kepada konsumen.

4. Pihak askindo hendaknya meningkatkan pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai dalam memberikan pelayanan jasa kepada konsumen.
5. Pihak askindo hendaknya memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
6. Walaupun semua faktor bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan perhatian individu berpengaruh, tetapi pihak askindo yang bergerak dibidang jasa hendaklah selalu memperhatikan factor lain diluar variabel penelitian ini yang mana nantinya akan membawa pengaruh terhadap perkembangan perusahaan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cv Alfabeta, Bandung
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi VI, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Awaludin, Asep, 2007. *Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan pada PT.PBR Mitra Rakyat Riau Pekanbaru*, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, UIN Suska Riau, tidak diterbitkan.
- Assauri, Sofyan, 2002. *Manajemen Operasi Jasa*. Konsultan Senior. LM-Fe-UI
- Buddy, Ibrahim, 2002. *Total Quality Manajemen (Panduan Untuk Menghadapi Persaingan Global)*, Djambatan, Jakarta.
- Gerson F, Richard. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Victor Jaya Abadi, Jakarta, 2002.
- Gasperz, Vincent, 2002. *Manajemen kualitas Dalam Industri Jasa*, Cetakan ke 2, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ghozali, Imam. 2005, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono. 2005, *SPSS Analisis Data Statistika dan Penelitian Dengan Komputer*, Yogyakarta : LSFK2P Bekerjasama Dengan Aditya Media.
- Jasfar dan Kasmir, 2002. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Pranada Media.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*: Jakarta Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1999, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Minor, Michael, Mowen, C, Jhon, 2002. *Prilaku Konsumen*, Jiklid 2, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Ningrat, Widya Ningrum Sita, 2002. *Manajemen Penjualan Produk*. Penerbit Kansias, Yogyakarta.
- Sulastiyono, Agus, 1999. *Manajemen Penelenggaraan Hotel*, Alfabeta, Bandung. Rajawali Pres, Jakarta

Supriono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Yogyakarta, 1999

Sutisna, SE.ME.2001. *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Swasta*.

Tjiptono, Fandy, dan Anastasia, Diana, 2001. *Total Quality Service*, Andi Offset, Yogyakarta.

Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

-----, 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Yamit, Zulian, Drs,MSi, 2000. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Ekonisia, Yogyakarta

DAFTAR TABEL

1. Tabel I.1 Data Jumlah Perusahaan pada BPK Aksindo Kampar	3
2. Tabel V.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	38
3. Tabel V.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	38
4. Tabel V.3 Karakteristik responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	39
5. Tabel V.4 Tanggapan Responden atas Rasa Kepuasan Anda Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh Aksindo Kab. Kampar	40
6. Tabel V.5 Tanggapan Responden Atas Pilihan Yang Bijaksana Untuk Bekerja Sama pada Aksindo Kab. Kampar	40
7. Tabel V.6 Tanggapan Responden Atas Pengalaman Selama Bekerja Sama pada Aksindo Kab. Kampar	41
8. Tabel V.7 Tanggapan Responden Atas Pelayanan Jasa yang Ditawarkan oleh Aksindo Kab. Kampar	42
9. Tabel V.8 Tanggapan Responden Atas Pilihan Yang Tepat Untuk Bekerja Sama pada Aksindo Kab. Kampar	42
10. Tabel V.9 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	43
11. Tabel V.10 Tanggapan Responden Atas Fasilitas Fisik Yang Dimiliki Aksindo Kab. Kampar	44
12. Tabel V.11 Tanggapan Responden Atas Fasilitas Fisik Yang Terdapat di Aksindo Kab. Kampar Sudah Sesuai Dengan Jasa Yang Ditawarkan	45

13. Tabel V.12 Tanggapan Responden Atas Penampilan Karyawan Bagian Administrasi Aksindo Kab. Kampar	45
14. Tabel V.13 Tanggapan Responden Atas Kebersihan dan Kenyamanan Ruang Kerja Aksindo Kab. Kampar.....	46
15. Tabel V.14 Tanggapan Responden Atas Kondisi Area Parkir di Sediakan oleh Aksindo Kab. Kampar	47
16. Tabel V.15 Tanggapan Responden Atas Ketepatan Waktu Pelayanan Yang Diberikan Oleh Aksindo Kab. Kampar.....	48
17. Tabel V. 16 Tanggapan Responden Atas Kinerja Karyawan Aksindo Kab. Kampar yang Memberikan Informasi Yang Jelas dan Mudah dimengerti	49
18. Tabel V.17 Tanggapan Responden Atas Pelayanan Yang Tidak Berbelit-Belit yang Diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar	50
19. Tabel V.18 Tanggapan Responden Atas Sikap Baik dan Mampu Menerangkan Kepada Konsumen Ketika ada Masalah Oleh Karyawan Aksindo Kab. Kampar.....	50
20. Tabel V.19 Tanggapan Responden Atas Pelayanan Administrasi Yang Diberikan Aksindo Kab. Kampar dilakukan Dengan Baik dan Benar	51
21. Tabel V.20 Tanggapan Responden Atas Kecepatan Karyawan Aksindo Kab. Kampar Mengenai Masalah Administrasi Dengan Konsumen.....	52
22. Tabel V.21 Rekapitulasi Variabel Keandalan.....	53
23. Tabel V.22 Tanggapan Responden atas Kesiediaan Karyawan Aksindo Kab. Kampar Membantu Konsumen Membuat Izin Usaha.....	54

24. Tabel V.23 Tanggapan Responden Atas Kemampuan Karyawan Mengatasi Keluhan Konsumen Aksindo Kab. Kampar.....	54
25. Tabel V.24 Tanggapan Responden Atas Tindakan Cepat Aksindo Kab. Kampar pada Saat Konsumen Membutuhkan	55
26. Tabel V.25 Tanggapan Responden Atas Daya Tanggap Karyawan Aksindo Kab. Kampar yang Anda Terima Selama Ini	56
27. Tabel V.26 Tanggapan Responden Atas Kesopanan dan Keramahan Karyawan Aksindo Kab. Kampar	56
28. Tabel V.27 Tanggapan Responden Atas Wawasan dan Pengetahuan Karyawan Aksindo Kab. Kampar	57
29. Tabel V.28 Tanggapan Responden Atas Keamanan Saat Bekerja Sama Dengan Karyawan Aksindo Kab. Kampar	58
30. Tabel V.29 Tanggapan Responden Atas Pelayanan Yang Anda Terima Saat Bekerja Sama Dengan Aksindo Kab. Kampar.....	59
31. Tabel V.30 Tanggapan Responden Atas Sikap dan Perilaku Para Karyawan Aksindo Kab. Kampar	59
32. Tabel V.31 Tanggapan Responden Atas Kesungguhan Karyawan Aksindo Kab. Kampar Dalam Memperhatikan Kesulitan Konsumen	60
33. Tabel V.32 Tanggapan Responden Atas Kemampuan Berkomunikasi Karyawan Aksindo Kab. Kampar kepada Setiap Konsumen.....	61
34. Tabel V.33 Rekapitulasi Variabel Jaminan dan Kepastian.....	61

35. Tabel V.34 Tanggapan Responden Atas Pemahaman Karyawan Aksindo Kab. Kampar Pada Sifat dan Karakter Konsumen	61
36. Tabel V.35 Tanggapan Responden Atas Sikap Karyawan Aksindo Kab. Kampar dalam Memberikan Pelayanan Kepada Konsumen	62
37. Tabel V.36 Tanggapan Responden Atas Pelayanan Para Karyawan Aksindo Kab. Kampar Dengan Konsumen.....	63
38. Tabel V.37 Tanggapan Responden Atas Pemahaman Karyawan Aksindo Kab. Kampar Pada Sifat dan Karakter Konsumen	64
39. Tabel V.39 Rekapitulasi Variabel Perhatian Individual	66
40. Tabel V.40 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen	67
41. Tabel V.41 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel Keandalan	67
42. Tabel V.42 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel Bukti Fisik	67
43. Tabel V.43 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel Ketanggapan	68
44. Tabel V.44 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel Jaminan dan Kepastian	68
45. Tabel V.45 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel Perhatian Individu.	68
46. Tabel V.46 Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Seluruh Variabel	69
47. Tabel V.47 Koefisien Regresi Kepuasan Terhadap Variabel Bebas	72
48. Tabel V.48 Koefisien Regresi Variabel Bebas Secara Parsial Terhadap Variabel Terikat	75

**UNIVERSITAS NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

QUESIONER ATAU ANGKET PENELITIAN

Yang Meneliti

Nama : YULIANA

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

A. Pengantar

Melalui kesempatan ini saya mohon kesediaan Saudara/I meluangkan waktunya untuk dapat mengisi Quesioner ini dengan baik dan benar. Adapun tujuan dari pengisian Quesioner ini adalah sebagai pelengkap dalam menyelesaikan Skripsi saya yang berjudul “*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aksindo Kabupaten Kampar*”.

Jadi dalam pengumpulan data tersebut tidak ada maksud-maksud tertentu atau yang bersifat negative atas jawaban saudara/I berikan nanti, akan tetapi ini hanya untuk kepentingan ilmiah semata.

Bantuan yang saudara/I berikan sangat diharapkan kebijaksanaanya dalam penelitian ini. Atas bantuan dan partisipasi saudara/I saya ucapkan terima kasih.

B. Petunjuk Pengisian

1. Quesioner atau Angket ini tidak bertujuan politis melainkan hanya mencari/mendapatkan data penelitian tentang : *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aksindo Kabupaten Kampar*”.
2. Bacalah pertanyaan berikut dengan teliti dan berikan tanda silang (X) pada salah satu alternative jawaban yang sesuai dengan kondisi dan pemikiran saudara/I
3. Hasil dan jawaban saudara/I dalam angket ini akan kami jaga kerahasiaanya karena kejujuran dalam menjawab sangat diharapkan
4. Atas kesediaan saudara/I dalam mengisi dan menjawab dan mengembalikan angket ini saya ucapkan terima kasih.

C. Identitas Reponden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :

D. Keterangan

SM : Sangat Memuaskan
M : Memuaskan
CM : Cukup Memuaskan
TM : Tidak Memuaskan
STM : Sangat Tidak Memuaskan

E. Daftar Pernyataan**1. Bukti Fisik (*Tangible*)**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	CM	TM	STM
1.	Menurut Anda bagaimana fasilitas fisik, yang dimiliki Aksindo Kabupaten Kampar seperti gedung, ruang tunggu, serta toilet?					
2.	Bagaimana menurut anda penampilan karyawan pada bagian Administrasi Aksindo Kabupaten Kampar?					
3.	Bagaimana menurut anda Apakah fasilitas fisik yang terdapat di Aksindo Kabupaten Kampar sudah sesuai dengan jasa yang ditawarkan?					
4.	Bagaimana menurut anda keadaan gedung pada Aksindo Kabupaten Kampar?					
5.	Puaskah Anda dengan kondisi area parkir disediakan oleh Aksindo Kabupaten Kampar?					

II. Keandalan (*Reability*)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	CM	TM	STM
1.	Apakah pelayanan yang diberikan telah dilakukan dengan benar?					
2.	Apakah pelayanan yang diberikan telah tepat pada waktunya?					
3.	Menurut anda apakah pelayanan yang menjanjikan kepada konsumen telah mampu ditangani dengan cepat?					
4.	Bagaimana pendapat anda tentang kinerja karyawan yang memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti?					
5.	Apakah anda merasa puas terhadap pelayanan yang tidak berbelit-belit yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar?					

III. Ketanggapan (*Responsiveness*)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	CM	TM	STM
1.	Apakah anda merasa puas dengan tindakan cepat karyawan pada saat konsumen membutuhkan ?					
2.	Apakah anda puas dengan kesediaan karyawan dalam membantu konsumen Aksindo Kabupaten Kampar?					
3.	Menurut anda bagaimana kemampuan karyawan mengatasi keluhan konsumen Aksindo Kabupaten Kampar?					
4.	Menurut anda apakah karyawan selalu siap sedia memberikan pelayanan kepada anda saat dibutuhkan?					
5.	Bagaimana menurut anda terhadap daya tanggap karyawan yang anda terima selama ini?					

IV. Jaminan dan Kepastian (Assurance)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	CM	TM	STM
1.	Apakah anda puas dengan kesopanan dan keramahan karyawan ?					
2.	Apakah anda puas dengan wawasan dan pengetahuan karyawan?					
3.	Bagaimana perasaan anda ketika bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar ?					
4.	Bagaimana pelayanan yang anda terima setiap kerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?					
5.	Bagaimana pendapat anda sikap para karyawan pada Aksindo Kabupaten Kampar?					

V. Perhatian Individual (*Empathy*)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	CM	TM	STM
1.	Apakah anda merasa puas dengan kesungguhan karyawan dalam memperhatikan keluhan pada konsumen ?					
2.	Menurut anda apakah karyawan mampu berkomunikasi kepada setiap konsumen?					
3.	Menurut anda bagaimana pemahaman karyawan pada sifat dan karakter pada konsumen ?					
4.	Menurut anda bagaimana sikap para karyawan memberikan pelayanan pada konsumen?					
5.	Menurut anda bagaimana mengenai pelayanan karyawan pada konsumen?					

VI. Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	CM	TM	STM
1.	Bagaimana Menurut anda tentang pelayanan yang diberikan oleh Aksindo Kabupaten Kampar?					
2.	Bagaimana menurut anda pilihan yang bijaksana untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?					
3.	Bagaimana menurut anda pelayanan pada Aksindo Kabupaten Kampar?					
4.	Bagaimana pengalaman anda selama bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?					
5.	Bagaimana menurut anda pilihan yang tepat untuk bekerja sama pada Aksindo Kabupaten Kampar?					